

Branchenreport UX/Usability 2021

Stefan Tretter
stefan.tretter@lmu.de
Department Psychologie
Ludwig-Maximilians-Universität München
München, Deutschland

Daniel Ullrich
daniel.ullrich@ifi.lmu.de
Institut für Informatik
Ludwig-Maximilians-Universität München
München, Deutschland

Sarah Diefenbach
sarah.diefenbach@lmu.de
Department Psychologie
Ludwig-Maximilians-Universität München
München, Deutschland

Nina Gerber
n.gerber@psychologie.tu-darmstadt.de
Institut für Psychologie
Technische Universität Darmstadt
Darmstadt, Deutschland

ZUSAMMENFASSUNG

Mit dem Branchenreport UX/Usability 2021 dokumentiert die German UPA (Berufsverband der deutschen Usability und User Experience Professionals) die Situation von Usability und User Experience Professionals in Deutschland. Auf Basis einer jährlichen Befragung liefert der Branchenreport Einblicke u.a. in Ausbildungs- und Karrierewege, Arbeitsfelder und Aufgabenbereiche, Verdienstmöglichkeiten, unternehmerische Aspekte, sowie aktuelle Trends und Potenziale. Zusätzliche Vergleiche mit vorherigen Jahren geben Aufschluss über Entwicklungen der Branche (z.B. Gehälter, Ausbildungswege, Tätigkeitsbereiche) im zeitlichen Verlauf.

KEYWORDS

UX/Usability Branche, Ausbildung, Karriere, Arbeitsfelder, Gehalt, Trends

1 EINLEITUNG

Mit dem jährlichen Branchenreport informiert die German UPA (Berufsverband für UX und Usability, www.germanupa.de) über die aktuelle Situation und Entwicklungen im Arbeitsfeld User Experience (UX) und Usability. Die Befragung umfasst unter anderem Daten bezüglich Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, Projektschwerpunkten und Kennzahlen zum aktuellen Arbeitgeber oder der eigenen Unternehmung, spezifische Fragen einzelner German UPA Arbeitskreise wie beispielsweise die Erhebung eingesetzter User Research Methoden sowie subjektive Bewertungen zu Zufriedenheit, Unternehmenskultur und wahrgenommenen Herausforderungen. Zusätzlich bietet der Branchenreport einen Überblick über die Einschätzung aktueller Trends und potenzieller Entwicklungsfelder in der Branche.

So ermöglicht der Branchenreport Interessierten, die eine Tätigkeit im Usability- bzw. User Experience-Bereich in Erwägung ziehen, einen aufschlussreichen Einblick in die aktuelle Arbeitssituation, potentielle Karrierewege und Ausbildungsmöglichkeiten. Bereits in der Branche Tätige erhalten Vergleichswerte zur Orientierung, um ihre aktuelle Situation im Verhältnis zu der ihrer Kollegen

einschätzen zu können. Darüber hinaus bieten die im Branchenreport gebündelten Informationen auch Anknüpfungspunkte für Diskussionen zur Weiterentwicklung und Professionalisierung des Berufsbilds und bilden damit eine wichtige Grundlage für die Arbeit des Berufsverbands.

Die Datenerhebung erfolgte wie auch in den Vorjahren mittels Online-Befragung im Zeitraum von April bis Juni. Die Teilnehmer wurden über den German UPA Newsletter sowie durch Einladungen in Usability & User Experience-Gruppen in sozialen Netzwerken wie Xing oder Facebook gewonnen. 312 Professionals beteiligten sich an der Befragung und bilden die Basis für die im Folgenden vorgestellten Analysen (Abbildung 1). Da die Teilnehmer die Möglichkeit hatten, einzelne Fragen zu überspringen, kann die jeweilige Anzahl der Antworten in den nachfolgenden Statistiken variieren. Die Gruppe der Teilnehmer bestand zu 39 % aus erstmaligen Branchenreport-Teilnehmern, während 61 % bereits in mindestens einer der Umfragen aus den letzten Jahren teilgenommen hatten. Im weiteren Verlauf werden Unterschiede und Zusammenhänge als signifikant bezeichnet, wenn eine Irrtumswahrscheinlichkeit von $< 5\%$ vorliegt ($p < .05^*$). Bei Fragen mit vorgegebenen Antwortkategorien basiert die Auswahl der Kategorien in der Regel auf den häufigsten Nennungen der Vorjahre.

2 DEMOGRAFIE

47 % der befragten UX/Usability Professionals sind männlich und 53 % weiblich, was den langjährigen Trend zu einer ausgeglichenen Verteilung zwischen den Geschlechtern fortsetzt, dieses Jahr erstmals mit einer Mehrzahl weiblicher Professionals (Abbildung 2). Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 36 Jahren ($sd=7,9$; $min=21$; $max=60$). Was die regionale Verteilung der Befragten angeht ist das meist vertretene Bundesland mit 24 % Bayern, gefolgt von Nordrhein-Westfalen (21 %), Baden-Württemberg (15 %), Berlin (9 %), Hamburg, (8 %) und dem Saarland (5 %). Der Anteil der Befragten in anderen Bundesländern sowie außerhalb Deutschlands belief sich jeweils auf unter 5 %. Die Teilnehmer sind seit durchschnittlich 9 Jahren ($sd=6,1$; $min=0$; $max=34$) in der UX/Usability Branche tätig. Männliche Professionals haben mit 10 Jahren signifikant mehr Berufserfahrung als weibliche Professionals, die im Mittel 7,7 Jahre angaben. Diese Differenz entspricht in etwa dem mittleren Altersunterschied: Männer sind mit 38 Jahren signifikant älter als Frauen mit 35 Jahren. Bei der Frage, welchen Anteil ihrer Arbeitszeit (in

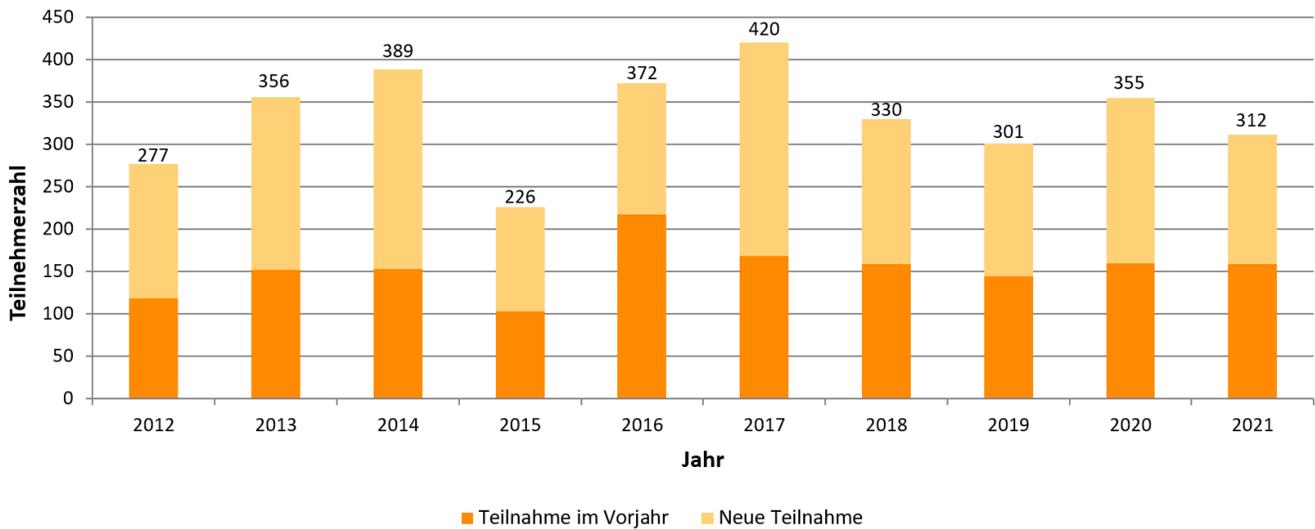


Abbildung 1: Teilnehmerzahl über die Jahre

%) Professionals für Tätigkeiten im Bereich UX/Usability nutzen, variierten die Angaben im gesamten Spektrum von 5 % bis 100 %. Der Median liegt bei 90 % (Mittelwert $m=81$; $sd=23,8$).

3 AUS- UND WEITERBILDUNG

Unter den Teilnehmern mit akademischem Abschluss ist der meistgenannte höchste akademische Grad der Master-Abschluss (32 %), der damit wie auch schon in den Vorjahren vor dem Diplom-Abschluss (30 %) liegt. Weitere 26 % verfügen über einen Bachelor und 5 % über einen Magister-Abschluss. 5 % der Teilnehmer haben promoviert (Abbildung 3). Die Abfrage des Ausbildungshintergrunds basierte auf den häufigsten Nennungen der Vorjahre. Die am häufigsten vertretenen Studienfächer sind Medieninformatik

(13 %), Psychologie (13 %), Kommunikationsdesign (10 %), Informatik (9 %), Digitale Medien (7 %), Human-Computer-Interaction (6 %) und Informationsdesign (5 %). Ganze 21 % gaben einen Studiengang an, der nicht unter den vorgegebenen Optionen vertreten war, wie beispielsweise Architektur, Integrated Design, Kommunikationswissenschaft oder Wirtschaftsingenieurwesen, was erneut die Diversität des Berufsfeldes verdeutlicht.

Der mit Abstand am häufigsten genannte Ausbildungsberuf ist wie in den Vorjahren die Ausbildung zum/zur Mediengestalter/in (9%), gefolgt von der Ausbildung zum/zur Fachinformatiker/in (4%). Auch hier zeigt sich die Heterogenität des Berufsfeldes, 12 % gaben einen Ausbildungsberuf an, der nicht unter den vorgegebenen Optionen vertreten waren.

Die häufigste UX/Usability-spezifische Zusatzausbildung ist die Ausbildung zum "Certified Professional for Usability and User Experience" (100 Personen). Weitere Titel waren "UX & Usability Expert" (21 Personen), "Usability Engineer" (16 Personen) und "Usability Consultant" (7 Personen). Die beliebtesten Ausbildungsanbieter sind das International Usability and User Experience Qualification Board (UXQB; 46 Personen), das artop Institut Berlin (32 Personen), das XDi – Experience Design Institut (11 Personen), die Usability Academy (9 Personen) sowie ProContext Consulting (9 Personen).

Wie in den Vorjahren wurden die Befragten um die Angabe der drei für sie persönlich wichtigsten Aktivitäten zum Wissenserwerb im Bereich UX/Usability gebeten. Die Relevanz der Aktivitäten ist vergleichbar mit den Vorjahren (Abbildung 4). Die größte Rolle spielt weiterhin Training on the job bzw. der alltägliche Austausch mit Kollegen (81 %). Ebenfalls für mehr als die Hälfte der Befragten von hoher Relevanz sind fachspezifische Websites, Blogs und Newsletter (66 %) sowie fachspezifische Konferenzen und andere Veranstaltungen (42 %). Für 33 % sind Fachbücher unter den Top 3

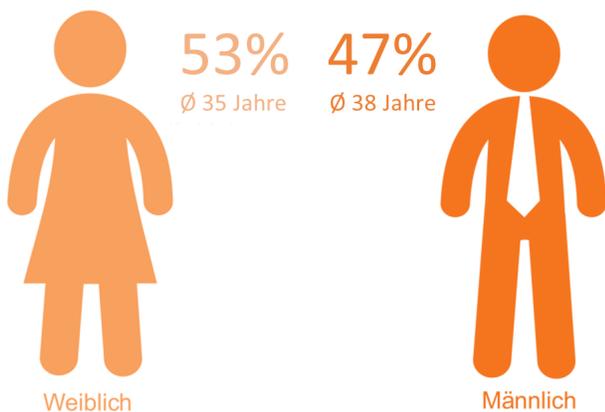


Abbildung 2: Geschlechterverhältnis

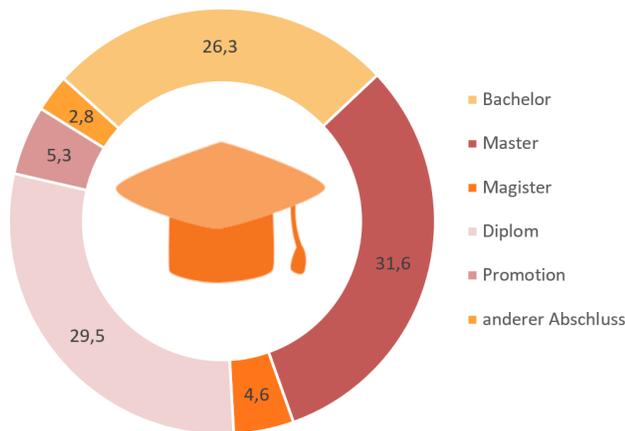


Abbildung 3: (Studien-)Abschlüsse in der UX/Usability-Branche

der Weiterbildungsaktivitäten, für 38 % spezifische Weiterbildungsangebote und Zusatzqualifikationen. Ihr Studium und Fachzeitschriften sahen knapp 5 % der Professionals unter den wichtigsten Quellen für den Wissenserwerb.

Auf die offene Frage nach weiteren besonderen Empfehlungen für UX/Usability-Wissen wurden u.a. die von der German UPA angebotenen Webinare, UX-zentrierte Blogs (ux-blog.de, usability-blog.de, nngroup.com) und Online-Meetups mit Kollegen genannt.

4 TÄTIGKEITSBEREICHE UND AUFGABENMERKMALE

Für einen genaueren Einblick in die Art der UX/Usability-Projekte, an denen die Befragten arbeiten, wurden die Branchen der Projekte erfragt (Mehrfachnennungen möglich). Die meistgenannten Branchen sind hierbei Industrie und Logistik (33 %), e-Commerce (29 %),



Abbildung 4: Wichtigste Aktivitäten zum UX/Usability-Wissenserwerb

Finanzdienstleistung (24 %), Automobil (20 %), Medizin und Pflege (20 %), Öffentlicher Dienst/Behörden (17 %), Bauen und Wohnen (7 %), Hochschule und Lehre (7 %), Food/Fast moving consumer goods (6 %), Elektronik (6 %), Unterhaltung und Spiele (5 %), sowie Touristik (2 %). Deutliche Änderungen gegenüber dem Vorjahr sind bei der Häufigkeitsverteilung der verschiedenen Branchen hierbei nicht ersichtlich. Beispiele weiterer Nennungen sind Beauty & Healthcare, Gebäudemanagement, Informationstechnik, Verlagswesen und Versicherung.

Abgefragt wurde auch die primäre Ziel-/Nutzergruppe der Projekte (Mehrfachnennungen möglich). Projekte im Business-to-Business-Bereich (77 %) waren wie auch schon im Vorjahr häufiger vertreten als Projekte im Business-to-Consumer-Bereich (61 %); 47 % der Befragten arbeiten für interne Kunden/Mitarbeiter als Zielgruppe. Beispiele weiterer genannter Ziel- und Nutzergruppen sind Städte und Kommunen, Studierende sowie medizinisches Personal und Patienten.

Bezüglich der relevanten Endgeräte (Mehrfachnennungen möglich) betrifft ein Großteil der Projekte weiterhin klassische Desktop-Anwendungen (88 %), gefolgt von Anwendungen für Mobile Devices (76 %) und Tablets (61 %). Häufig wird jedoch auch nicht mehr zwischen Desktop- und Mobile-Anwendungen getrennt. So ist die Anforderung der Eignung für verschiedene Endgeräte (Responsive Design) mittlerweile Standard geworden und wird wie auch bereits in den Vorjahren von rund 60 % genannt. 7 % gestalten Anwendungen für den Automobilbereich und 5 % im Bereich Haushaltsgeräte. Beispiele für seltenere Nennungen, die jeweils nur von einer Person angeführt wurden, sind Voice Interfaces, VR- und AR-Brillen, Smart TV oder IoT Gartengeräte wie Rasenmäher und Bewässerungsgeräte.

Die Relevanz verschiedener Aufgabenschwerpunkte wurde anhand einer 5er-Ratingskala abgefragt (1=nie, 2=selten, 3=ab und zu, 4=häufig, 5=sehr häufig). Die Analyse der Mittelwerte erlaubt somit eine Abschätzung der relativen Bedeutsamkeit verschiedener Aufgaben im UX-Bereich unter den Befragten. An der Spitze liegt wie auch im Vorjahr Beratung/Stakeholder Management (m=3,9), gefolgt von UX Design (m=3,8), UX Evaluation (m=3,4) und Prototypen-Entwicklung (m=3,4) sowie User Research (m=3,3) und Usability Testing (m=3,3). Es folgen Information Architecture (m=3,1), Usability Engineering (m=3,0), sowie grafische Gestaltung (m=2,7) und mit deutlichem Abstand UI-Programmierung (m=1,5).

Um einen Einblick in die größten Herausforderungen und Probleme in UX/Usability-Projekten zu erlangen, wurden die Teilnehmer für typische Aspekte im Gestaltungsprozess jeweils um eine Bewertung von 1 (=eher unproblematisch) bis 5 (=große Herausforderung) gebeten. Die am problematischsten erlebten Aspekte sind Qualitätssicherung (m=3,5), Analyse/User Research (m=3,5), Transfer von Konzept zu Entwicklung (m=3,4) sowie Transfer von Konzept zu Kunde (m=3,2). Weniger Probleme treten typischerweise hinsichtlich der Persona Entwicklung (m=2,6), der Übersetzung von Grob- zu Feinkonzepten (m=2,5) sowie hinsichtlich des Transfers von Konzept zu Design (m=2,4) auf. Deutliche Veränderungen gegenüber dem Vorjahr sind hierbei nicht zu verzeichnen. Beispiele weiterer genannter Herausforderungen sind "interne Wissensvermittlung zum Thema UX sowie die Abhängigkeiten zu internen Prozessen", "Bereitschaft von Kunden, Iterationen als Teil des Prozesses zu sehen und somit Zeit und Raum für Evaluationen und Verbesserungen zu

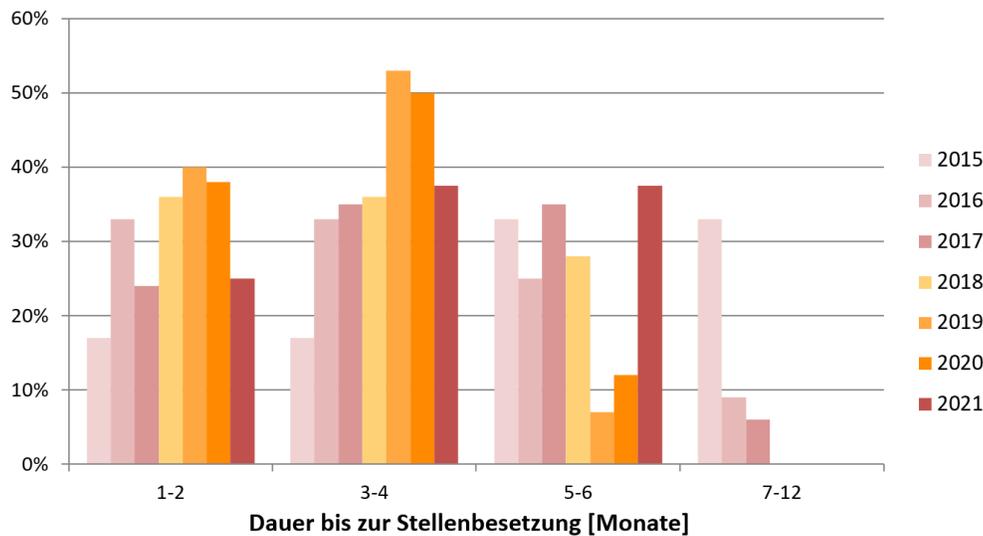


Abbildung 5: Dauer bis zur Stellenbesetzung (in Monaten) in der UX/Usability-Branche von 2013 bis 2019

geben“, „Ethical Design“ sowie „Utopische Vorstellungen der Kunden bei geringen Budgets“. Im Mittel werden von den gemachten Vorschlägen zur Verbesserung der UX/Usability laut Einschätzung der Befragten etwas mehr als die Hälfte realisiert ($m=56\%$).

Die Bewertung ihrer Tätigkeit in der UX/Usability-Branche im Vergleich zu typischen Tätigkeitsfeldern ehemaliger Studien- bzw. Ausbildungskollegen fällt unter den Befragten insgesamt positiv aus: Die Mittelwerte auf der 5er-Skala (1=gering, 5=hoch) liegen für alle abgefragten Aspekte über dem Skalenmittelpunkt, am positivsten fallen die Bewertungen für die Aspekte Vielfalt/Abwechslung ($m=4,2$), Gestaltungsfreiraum/Eigenständigkeit ($m=4,2$) sowie allgemein Spaß an der Arbeit aus (jeweils $m=4,1$). Etwas weniger optimistisch aber noch im oberen Skalenbereich liegen die Einschätzungen für Weiterentwicklungsmöglichkeiten ($m=3,6$), Stress/Zeitdruck ($m=3,6$) und das Gehalt ($m=3,5$).

5 MOMENTANE ARBEITSSITUATION

Um differenzierte Aussagen über die momentane Arbeitssituation der UX/Usability Professionals treffen zu können, wurden die Befragten hinsichtlich ihres derzeitigen Arbeitsverhältnisses aufgeteilt. So ergab sich eine Gruppe der Selbstständigen, die 9 % der Teilnehmer umfasste, während sich 89 % der Stichprobe derzeit in einem Angestelltenverhältnis befinden (2020: 12 % vs. 86 %). 2 % schrieben ihre momentane Arbeitssituation einem anders gearteten Arbeitsverhältnis zu. Im Folgenden werden die Kennwerte und Analysen getrennt für die beiden Personengruppen der Selbstständigen und Angestellten aufgeführt. Die jeweils wählbaren Antwortoptionen beruhen stets auf den meistgegebenen Antworten früherer Jahre.

5.1 Situation der Selbstständigen

28 Unternehmensinhaber nahmen dieses Jahr an der Umfrage zum Branchenreport teil (2020: 42). 37 % der Selbstständigen bezeichnen

sich als „Freelancer“, während 26 % ihr Unternehmen als „Beratung“ bzw. 15 % als „Consulting“ beschreiben. 7 % der Antworten entfallen sowohl auf „Agentur“, „Designstudio/-büro“ als auch auf „Entwicklungsunternehmen (Software- und/oder Hardwarehersteller)“. Im Gegensatz zum vergangenen Jahr nahm niemand die Möglichkeit wahr, eine andere Unternehmensbezeichnung anzuführen (2020: 7 %).

Das durchschnittliche Unternehmensalter liegt wie bereits im Jahr 2020 bei 11 Jahren ($m=10,8$), wobei das Alter der Unternehmen naturgemäß stark variiert ($sd=7,9$). Das älteste der genannten Unternehmen wurde bereits vor 30 Jahren gegründet, das jüngste besteht seit etwa einem Jahr.

38 % der Selbstständigen arbeiten allein (2020: 22 %, 2019: 26 %, 2018: 15 %), in 29 % der Fälle besteht die Belegschaft aus einem Mitarbeiter. Insgesamt liegt der Anteil der Selbstständigen mit einer einstelligen Anzahl an Mitarbeitern bei 88 %, hinzu kommen Unternehmen mit jeweils 20, 30, 32, 45 Mitarbeitern. Im Mittel brauchen die Unternehmensinhaber 3,3 Monate ($sd=2,2$), bis sie eine offene Stelle besetzen können (Abbildung 5), als Maximum wurden 6 Monate angegeben (2020: $m=2,9$; $sd=1,4$; 2019: $m=2,7$; $sd=1,5$).

Als meistgenannter Grund für Schwierigkeiten bei der Suche nach passenden Bewerbern wurde in diesem Jahr vor allem die „mangelnde Berufserfahrung“ (2021: 21 %; 2020: 12 %; 2019: 22 %) der Bewerber genannt. Darauf folgen gleichauf mit 14 % die Probleme „fehlendes Fachwissen im Bereich UX/Usability“ (2020: 29 %; 2019: 28 %), „überhöhte Gehaltsvorstellungen“ (2020: 29 %; 2019: 25 %) und „insgesamt zu wenig Bewerber auf eine Stelle“ (2020: 19 %; 2019: 22 %). Weniger relevant hingegen scheinen „mangelnde Soft-Skills“ (2021: 7 %; 2020: 12 %; 2019: 22 %) und „fehlende Expertise bezüglich spezifischer Programme und UX-Tools“ (2021: 4 %; 2020: 10 %; 2019: 3 %). Generell fällt hier auf, dass über alle Antwortkategorien hinweg in diesem Jahr deutlich seltener Schwierigkeiten kenntlich gemacht wurden als in früheren Befragungen. Weitere vereinzelt genannte Probleme waren die „persönliche Reife“, „zu

Tabelle 1: Meistgenannte Berufsbezeichnungen über die Jahre 2011 - 2021

Nr.	2011-2015	2016-2018	2019	2020	2021
1.	Usability Engineer	User Experience Designer	User Experience Designer	User Experience Designer	User Experience Designer
2.	User Experience Consultant				
3.	User Interface Designer	Usability Engineer	Usability Engineer	Usability Engineer	User Experience Researcher
4.	User Experience Designer	Wissenschaftl. Mitarbeiter	User Experience Researcher	Wissenschaftl. Mitarbeiter	Usability Engineer
5.	Usability Consultant	User Experience Researcher	User Interface Designer	User Experience Researcher	User Experience Architect

wenig Informatik-Kenntnisse" und eine "fehlende Kenntnisse in UX vs. Qualitätsmanagement". Die erfolgreichsten Wege zur Akquise neuer Mitarbeiter sind vor allem "Beziehungen" und erst in zweiter Instanz die "eigene Web- bzw. Jobseite" und breiter veröffentlichte "Stellenanzeigen".

Laut den selbstständigen Teilnehmern liegt die größte Herausforderung bei der Entwicklung eines eigenen Unternehmens in der "Vermittlung der Relevanz von UX- und Usability-Maßnahmen" (2021: 54 %; 2020: 60 %; 2019: 75 %), gleichauf damit eine "Balance zwischen User Goals und Business Goals" zu finden (2021: 54 %; 2020: 43 %; 2019: 44 %). Mit leichtem Abstand folgen die Herausforderungen, die "Investitionsbereitschaft der Auftraggeber zu erhöhen" (2021: 43 %; 2020: 69 %; 2019: 47 %), den "Kontakt zu potenziellen Auftraggebern herzustellen" (2021: 39 %, 2020: 41 %; 2019) und die "Vermittlung der eigenen Professionalität bzw. Abgrenzung von Mitbewerbern" (2021: 32 %; 2020: 31 %; 2019: 38 %). Als weniger problematisch werden erneut die "Realisierung der Konzepte und Umsetzungsvorschläge" (2021: 21 %; 2020: 19 %; 2019: 16 %) sowie die "Anerkennung bei Entwicklern" (2021: 7 %; 2020: 19 %; 2019: 19 %) gesehen.

Die Auftragslage des vergangenen Jahres beurteilten die selbstständigen Teilnehmer auf einer Skala von 1 (=nicht zufriedenstellend) bis 5 (=sehr zufriedenstellend) mit durchschnittlich 3,4 (sd=1,4). Damit war sie schlechter als in früheren Jahren (2020: m=3,9; sd=1,1; 2019: m=4,0; sd=1,1), aber dennoch besser als die

Prognose für dieses Jahr aus der vergangenen Befragung vermuten ließ (2020: m=2,9; sd=1,4). Im Hinblick auf das kommende Jahr sind die Teilnehmer diesmal auch deutlich optimistischer (2021: m=4,3; sd=0,8).

5.2 Situation der Angestellten

Hinsichtlich der Berufsbezeichnungen der Angestellten zeigt sich erneut eine hohe Diversität. Wie bereits in den vergangenen Jahren ist hierbei der "User Experience Designer" der mit Abstand meistgenannte Jobtitel mit 34 % der Antworten (Tabelle 1). Auf dem zweiten Rang folgt der "User Experience Consultant" (11 %), während der "User Experience Researcher" (9 %) den lange Jahre auf dem dritten Rang liegenden "Usability Engineer" (4 %) verdrängt. Obwohl die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten auf den meistgenannten Berufsbezeichnungen der letzten Jahre basieren, nutzten 34 % der Teilnehmer die Möglichkeit, eine anderweitige Berufsbezeichnung anzugeben. Hier treten vor allem der "User Experience Manager" und "Head of UX" in relevanter Häufung auf.

Bei ihrem aktuellen Arbeitgeber sind die Befragten im Schnitt seit 5,1 Jahren (sd=5,4; min=0; max=30; med=3) angestellt. 22 % der Teilnehmer haben bei ihrer derzeitigen Tätigkeit Personalverantwortung (2020: 22 %; 2019: 21 %; 2018: 18 %) für im Schnitt 7 Mitarbeiter (min=1; max=40; med=4).

Die Angaben der Angestellten zur Größe ihres Unternehmens variieren von 3 bis zu 700.000 Beschäftigten (med=200; m=17.186;

Tabelle 2: Teilnehmerverteilung und UX/Usability-Beschäftigte nach Unternehmensgröße (Vorjahr in Klammern)

Unternehmensgröße	% der Befragten	% UX/Usability Professionals
1-15	4 % (5 %)	64 % (62 %)
16-50	25 % (19 %)	50 % (44 %)
51-100	9 % (9 %)	21 % (21 %)
101-1.000	29 % (33 %)	16 % (12 %)
1.001-10.000	22 % (16 %)	5 % (2 %)
>10.000	11 % (18 %)	17 % (1 %)

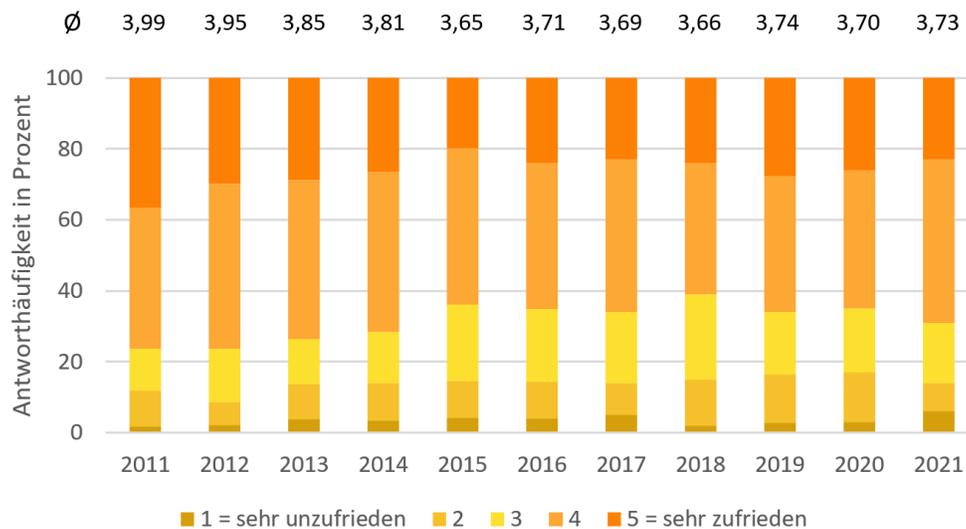


Abbildung 6: Arbeitszufriedenheit im Laufe der Jahre

sd=71.236). Wie Tabelle 2 zu entnehmen ist, bilden Unternehmen mit 101 – 1000 Mitarbeitern in der Stichprobe die größte Gruppe. 29 % der befragten Arbeitnehmer arbeiten in Unternehmen dieser Größe, wobei der Anteil der Angestellten, der sich mit UX/Usability beschäftigt, in diesen Unternehmen bei geschätzten 16 % liegt. Dieser Prozentsatz ist in diesem Jahr erneut am größten in der Gruppe der kleinsten Unternehmen (1 – 15 Mitarbeiter) - 64 % sind hier UX/Usability Professionals. Die zuvor genannten Verhältnisse bezüglich der Unternehmensgröße und des Anteils der UX/Usability Beschäftigten zeigt sich nach einigen Schwankungen in früheren Jahren stabil zum Vorjahr.

Insgesamt beschäftigen sich im Schnitt über alle Unternehmensgrößen hinweg 25 % der Mitarbeiter mit dem Bereich UX/Usability, wobei 53 % (2020: 57 %; 2019: 40 %) hauptsächlich unternehmensinterne Produkte verbessert, während 47 % (2020: 43 %; 2019: 60 %) mit Produkten von Auftraggebern arbeitet.

Mit 94 % bekleidet ein über die Jahre konstanter Großteil der Angestellten eine Vollzeitstelle. Dabei ist mit 42 % der Anteil derjenigen, die den Umfang ihrer Stelle gerne reduzieren würden, so groß wie nie (2020: 32 %; 2019: 39 %; 2018: 36 %; 2017: 20 %; 2016: 29 %). Die häufigste Antwort auf die Frage, auf welchen Stellenumfang diese Personen ihre Arbeitszeit gerne reduzieren würden, war 80 %. Obwohl bei 42 % der Befragten der Wunsch nach einer gewissen Reduktion ihrer Stelle besteht und 41 % der Teilnehmer die Unterstützung von Teilzeit-Modellen durch ihren Arbeitgeber als gut bewerten, scheint der derzeitige Anteil an Teilzeitstellen mit 6 % dennoch durchaus niedrig.

70 % der Angestellten sind bei ihrem momentanen Arbeitgeber gemessen an einer 5-stufigen Skala (1=sehr unzufrieden; 5=sehr zufrieden) eher oder sogar sehr zufrieden (2020: 65 %; 2019: 66 %; 2018: 61 %), 14 % hingegen sind eher oder sehr unzufrieden (2020: 17 %; 2019: 16 %; 2018: 16 %). Abbildung 6 zeigt die Entwicklung der berichteten Arbeitszufriedenheit im Laufe der letzten Jahre.

6 VERDIENST

Das durchschnittliche Bruttojahresgehalt liegt in diesem Jahr bei 61.620€ (sd=14.997; min=34.000; max=98.000; Berücksichtigung der Inhaber von Vollzeitstellen, Ausschluss von Extremwerten außerhalb des 1,5-fachen Interquartilsabstandes). Erfragt wurden außerdem etwaige Gehaltserhöhungen zum Vorjahr auf individueller Ebene, hier reichen die Angaben von 0€ bis 10.000€. Im Mittel konnten die Befragten eine Steigerung des Bruttojahresgehalts um 2.859€ (sd=2.514) gegenüber dem Vorjahr verzeichnen, der Median liegt bei 2.723€.

Tendenziell höhere Gehälter finden sich in größeren Unternehmen ($r=.28$) sowie unter UX/Usability Professionals mit Aufgabenschwerpunkten in Beratung und Stakeholder-Management ($r=.23$). Auch UX/Usability Professionals, die in Unternehmen arbeiten, in denen sich nur ein geringer Anteil der Beschäftigten mit UX/Usability beschäftigt, weisen in der Regel ein höheres Gehalt auf ($r=.22$), ebenso wie UX/Usability Professionals, die sich hauptsächlich mit der Verbesserung von unternehmensinternen Produkten beschäftigen ($r=.44$). Zudem besteht ein positiver Zusammenhang zwischen dem Gehalt und der Dauer der Unternehmenszugehörigkeit ($r=.26$). Die angegebenen Korrelationen sind partielle Korrelationen, welche den Einfluss von Aufgabenschwerpunkten und Berufserfahrung berücksichtigen.

Der mittlere Stundensatz unter selbstständig tätigen UX/Usability Professionals liegt bei 91 € (sd=9; min=80; max=100), der mittlere Tagessatz bei 831 € (sd=236; min=620; max=1.250) mit einer durchschnittlichen Auslastung von 160 Tagen pro Jahr (sd=66; min=75; max=340). Bei einer ganzjährigen Auslastung liegt das Bruttogehalt der Selbstständigen im Schnitt bei 120.543 € (sd=61.254; min=56.000; max=225.000). Allerdings ist zu beachten, dass aufgrund der geringen Teilnehmerzahl an Selbstständigen der angegebene Wert in hohem Maße abhängig ist von der teilnehmenden Stichprobe und nur bedingt als Referenz für das tatsächliche Feld der selbstständigen UX/Usability Professionals dienen kann.

8 BEKANNTESTE UNTERNEHMEN

Auf die Frage “Welche Unternehmen im deutschsprachigen Raum fallen Ihnen spontan ein, wenn Sie an Usability/UX denken?” waren die meistgenannten Unternehmen eresult (67), UID (66), Ergosign (39), Centigrade (33), UX&I (30), artop (23), DATEV (23), Bosch (20), usability.de (20), SAP (16), IBM (12), Google (11) und Userlutions

(11). Weitere Unternehmen wurden jeweils von weniger als 10 Befragten genannt.

ACKNOWLEDGMENTS

Herzlichen Dank an alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Befragung, ohne deren Bereitschaft der vorliegende Branchenreport nicht möglich gewesen wäre.